

МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ В ПОСТРОЕНИИ МОДЕЛИ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА



Сергеева Оксана Евгеньевна,

кандидат экономических наук, доцент, Высшая школа внутренней и внешней торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого; 195251, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29
sergeevaoe@mail.ru

Бизнес, обеспечивающий хозяйствующему субъекту конкурентоспособное положение представляется привлекательным и предпочтительным для выбора. Для выявления таких бизнесов важно понимание ключевых, атрибутивных составляющих, определяющих модельные характеристики бизнеса. Продолжающийся исследовательский поиск единой модели бизнеса позволяет отметить ведущую роль маркетинга и логистики в построении модели предпочтительного бизнеса. Представляя собой высокоэффективные бизнес-процессы ведущих компаний мира, маркетинг и логистика содержат наиболее существенные составляющие, важные для построения модели высокоэффективного бизнеса. Маркетинговая система работ по исследованию целей и задач, разработке приоритетной стратегии, плана комплексных элементов, бюджетирования затрат и контроля обеспечивает соответствие бизнеса постоянно изменяющимся потребностям. Логистическая система работ по установлению стратегического соответствия целям и задачам, разработке логистических операций, управлению и контролю материальных потоков, внедрению современных технологий и интеллектуального совершенствования управленческих ресурсов обеспечивает оптимизацию и рационализацию бизнеса.

Ключевые слова: предпочтительный бизнес; модель бизнеса; атрибутивные характеристики бизнеса; эффективные бизнес-процессы; модель маркетингового управления; модель логистического управления; конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ «МОДЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК» ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

Деятельность хозяйствующих субъектов основывается на понимании бизнесов, обеспечивающих достижение намеченных целей с наилучшими результатами, в сравнении с бизнесами конкурирующих субъектов. Такие бизнесы становятся предпочтительными и представляют большой практический интерес в обеспечении эффективной конкурентоспособной хозяйственной деятельности. Содержательное определение и идентификация предпочтительных бизнесов (*preferred business*) определяет для предпринимателей существенный интерес в связи с выгодами, обусловленными обладанием таким бизнесом.

В экономической теории «бизнес — экономическая деятельность, дающая прибыль; любой вид деятельности, приносящий доход или иные личные выгоды» [1].

«Бизнес — это процесс превращения ресурсов, знаний в экономическую стоимость, поступающую на рынок» [2].

Несмотря на неоспоримую роль и привлекательность предпочтительного бизнеса в хозяйствующей деятельности субъекта, до настоящего времени не представляется возможным определить его наиболее существенные и устойчиво значимые элементы, признаки или характеристики, на которые следует целенаправленно направлять ресурсы. Исследование экономических источников литературы позволяет сделать вывод об отсутствии общепризнанной, устойчивой «модельной конструкции», характеризующей содержательные аспекты предпочтительного бизнеса. Осуществляются лишь отдельные попытки представить его модельную структуру.

Одна из попыток наиболее общего представления структуры модели бизнеса связывается

с консультационной группой Артура Литла. В этом случае характеристики бизнеса, определяемого как высокоэффективный, включают в себя четыре ключевых составляющих успеха: заинтересованные группы, рабочие процессы, ресурсы и организация [3]:

1) Заинтересованные *группы* в деятельности компании и их *потребности* являются важной составляющей бизнеса. К группам, от которых зависят результаты деятельности компании, относятся клиенты, служащие, акционеры, поставщики и др.

2) Оптимальные условия для заинтересованных групп создаются управлением взаимосвязанными *рабочими процессами*.

3) Бизнес-процессы представляют собой производительное потребление *ресурсов* — рабочей силы, оборудования, информации, энергии и т. д. Главная задача хозяйствующего субъекта заключается в поддержании и развитии ключевых направлений деятельности